

Les cahiers de l'Enquête Globale de Transport

Juillet 2006

7

Les déplacements pour achats

Analyse des comportements des franciliens
en matière de déplacements pour achats

Carole DELAPORTE
Jérémy COUREL
IAURIF

L'objectif de cet article est de fournir un éclairage sur les caractéristiques des déplacements motivés par une activité d'achat. Deux éléments particuliers permettent de caractériser les déplacements pour achats :

- La périodicité de l'achat motivant le déplacement peut être étudiée via la question sur les motifs de déplacement. Au sein du motif "achat" on distingue trois types d'activité : les achats de nature quotidienne, ceux de nature hebdomadaire ou bi-hebdomadaire et ceux qualifiés d'exceptionnels ;
- Le type de lieu où s'effectue l'achat est également pris en compte par une question spécifique. Celle-ci distingue neuf types de lieu d'achat : petit commerce/supérette/supermarché/grande surface/hypermarché/centre commercial/grands magasins/marché/marché aux puces.

À l'aide de cette double caractérisation des déplacements pour achats et en utilisant les ressources habituelles de l'EGT en termes de description des déplacements (moment, origine et destination, mode, caractéristiques des individus effectuant les déplacements...) nous essayons ici de donner une photographie la plus complète possible de cette mobilité. Dans un premier temps nous examinons les caractéristiques des déplacements pour achats en décrivant également leurs évolutions depuis 1976. Dans un second temps nous utilisons une approche spatiale afin d'obtenir une vision géographique des déplacements pour achats.

Par convention, on appellera "déplacement pour achats" un déplacement ayant pour activité à destination une course ou un achat. Sont donc exclus les déplacements effectués pour le retour des achats vers le domicile par exemple.

Caractéristiques des déplacements pour achats

En 2001, au cours d'une semaine complète (du lundi au dimanche inclus), les franciliens effectuent 23,7 millions de déplacements pour achats. Sur un total hebdomadaire de 223,5 millions de déplacements, ceux pour achats représentent donc environ 10 % de l'ensemble des déplacements. De un déplacement sur dix on passe à près d'un déplacement sur cinq (18 %) si l'on exclut tous les déplacements de retour au domicile quelle que soit leur origine. Hors retour au domicile, le motif achat (18 %) arrive ainsi en quatrième place derrière les loisirs (23 %), les affaires personnelles (23 %) et le travail (19 %). Sur les jours de semaine (du lundi au vendredi) les déplacements pour achats représentent 16 % de l'ensemble des déplacements (4^e place) tandis qu'en fin de semaine (samedi et dimanche) cette part s'élève à 27 % faisant des achats le deuxième motif le plus fréquent pour les déplacements, après les loisirs (47 %).

Les déplacements pour achats hebdomadaires sont les plus nombreux

L'EGT distingue trois catégories d'achats selon la périodicité de ces derniers.

On distingue :

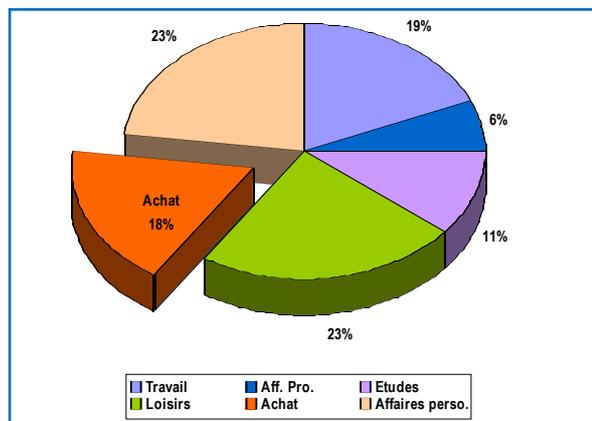
- les achats quotidiens ;
- les achats hebdomadaires ou bi-hebdomadaires ;
- les achats exceptionnels.

Sur une semaine complète les déplacements pour achats hebdomadaires ou bi-hebdomadaires représentent 39 % de l'ensemble des déplacements pour achats. La part des déplacements pour achats quotidiens est juste légèrement plus faible (35 %) tandis que celle des déplacements pour achats exceptionnels est en retrait à 26 %.

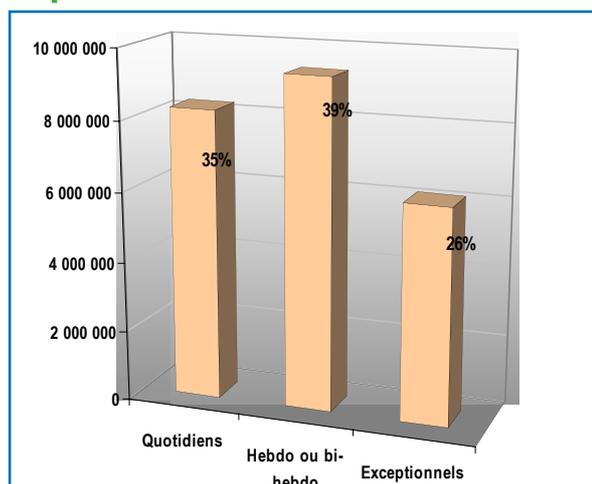
En semaine, les déplacements pour achats quotidiens (38 % des déplacements pour achats en semaine) sont à peu près aussi nombreux que ceux pour achats hebdomadaires ou bi-hebdomadaires (37 %). En fin de semaine les déplacements pour achats hebdomadaires dominent largement (45 %) tandis que les autres types sont à un niveau similaire (29 % pour les achats exceptionnels et 27 % pour les quotidiens).

Sur les déplacements de semaine on note, entre 1983 et 2001, une baisse du nombre et de la part des achats quotidiens au profit des achats hebdomadaires ou bi-hebdomadaires (de 25,1 % à 37,0 %) et, dans une moindre mesure, des achats exceptionnels (de 20,6 % à 24,6 %).

Répartition des déplacements selon l'activité (hors retour domicile)



Déplacements pour achats selon la périodicité

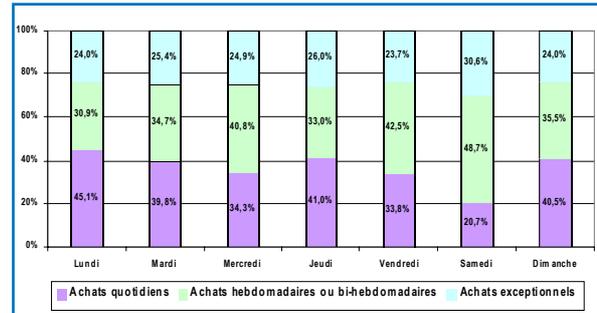


Achats hebdomadaires les mercredi, vendredi et samedi, achats quotidiens les autres jours

La proportion de déplacements pour achats exceptionnels est stable sur les différents jours de la semaine (environ 25 % des déplacements effectués chaque jour) à l'exception du samedi où elle est plus élevée (31 %). Le lundi, le mardi, le jeudi et le dimanche ce sont les déplacements pour achats quotidiens qui sont les plus fréquents : environ 40 % des déplacements de chaque jour sauf pour le lundi où cette proportion est de 45 %.

À l'inverse, le mercredi, le vendredi et le samedi ce sont les achats hebdomadaires ou bi-hebdomadaires qui sont les plus nombreux (un peu plus de 40 % des déplacements pour achats des mercredi et samedi et près de 50 % de ceux du samedi).

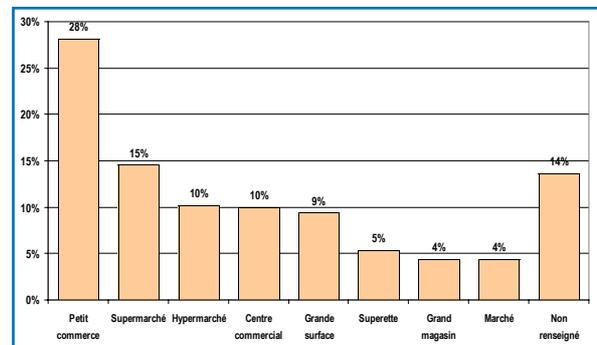
Répartition des déplacements pour achats selon le jour de la semaine



En semaine, d'abord le petit commerce

La plus grande part des déplacements pour achats ayant lieu en semaine¹ se fait vers un petit commerce (28 %). Viennent ensuite les déplacements vers les supermarchés (14 %), les hypermarchés (10 %), les centres commerciaux (10 %) et les grandes surfaces (9 %). Les autres lieux d'achats (supérettes, grands magasins et les marchés) sont moins souvent fréquentés (de 4 % à 5 % des déplacements chacun).

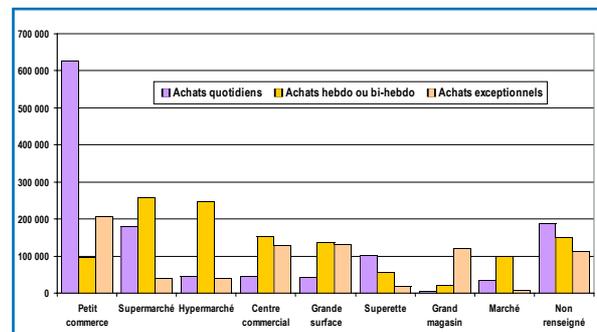
Les déplacements pour achats selon le type de magasin fréquenté



Près de la moitié (49,5 %) des **déplacements pour achats quotidiens** se font vers les petits commerces. Les supermarchés (14,2 %) et les supérettes (7,9 %) se partagent la majeure partie des déplacements restant, les autres lieux d'achats étant en net retrait sur ce type d'achat.

Pour les **déplacements pour achats hebdomadaires ou bi-hebdomadaires**, le supermarché (21,2 %) dépasse de peu l'hypermarché (20,3 %). Les grandes surfaces (y compris les centres commerciaux) réunissent environ deux déplacements sur trois (supermarchés, hypermarchés, grandes surfaces et centres commerciaux). La part des déplacements vers les marchés n'est pas négligeable : elle est de 8 %.

La lisibilité est moins bonne sur les achats exceptionnels : un déplacement sur quatre s'effectue vers un petit commerce ; on peut supposer qu'il s'agit alors de magasins d'équipement de la personne. Les déplacements à destination des grandes surfaces (probablement des achats d'articles de bricolage, de mobilier...), des centres commerciaux (prêt à porter, décoration, loisir et culture) et des grands magasins recueillent une part sensiblement identique des déplacements pour achats exceptionnels (de 15 à 16 %).



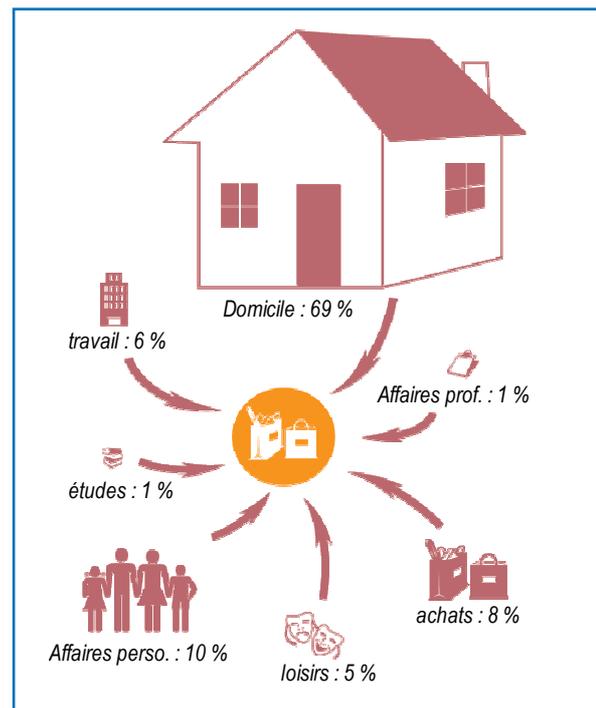
¹ Seuls les déplacements de semaine (du lundi au vendredi) sont ici considérés, l'information sur les types de magasins fréquentés n'étant pas disponible pour les jours de fin de semaine (samedi et dimanche).

Un tiers des déplacements pour achats ne sont pas fait à partir du domicile

Sur l'ensemble des déplacements pour achats d'une semaine complète, plus de deux sur trois (69 %) se font à partir du domicile. Un déplacement sur dix s'effectue suite à une activité liée aux affaires personnelles, 8 % viennent après un autre déplacement pour achats et 6 % se font à partir du travail. Si l'on ne s'intéresse qu'aux déplacements de semaine cette dernière part s'accroît toutefois à 9 %.

Les déplacements pour achats effectués à partir du travail concernent pour 40 % des achats quotidiens, pour 31 % des achats hebdomadaires ou bi-hebdomadaires et pour 29 % des achats exceptionnels.

Sur les déplacements de semaine, l'analyse de l'évolution depuis 1976 montre que les achats ont tendance à se faire un peu plus dans une chaîne de déplacements : on constate ainsi une augmentation des déplacements ayant une origine liée à des affaires personnelles (de 10 % à 12 %), à d'autres achats (de 6 % à 8 %) et des loisirs (de 4 % à 5%) au détriment de ceux s'effectuant à partir du domicile (de 65 % à 63 %) et du travail (de 12 % à 9 %).

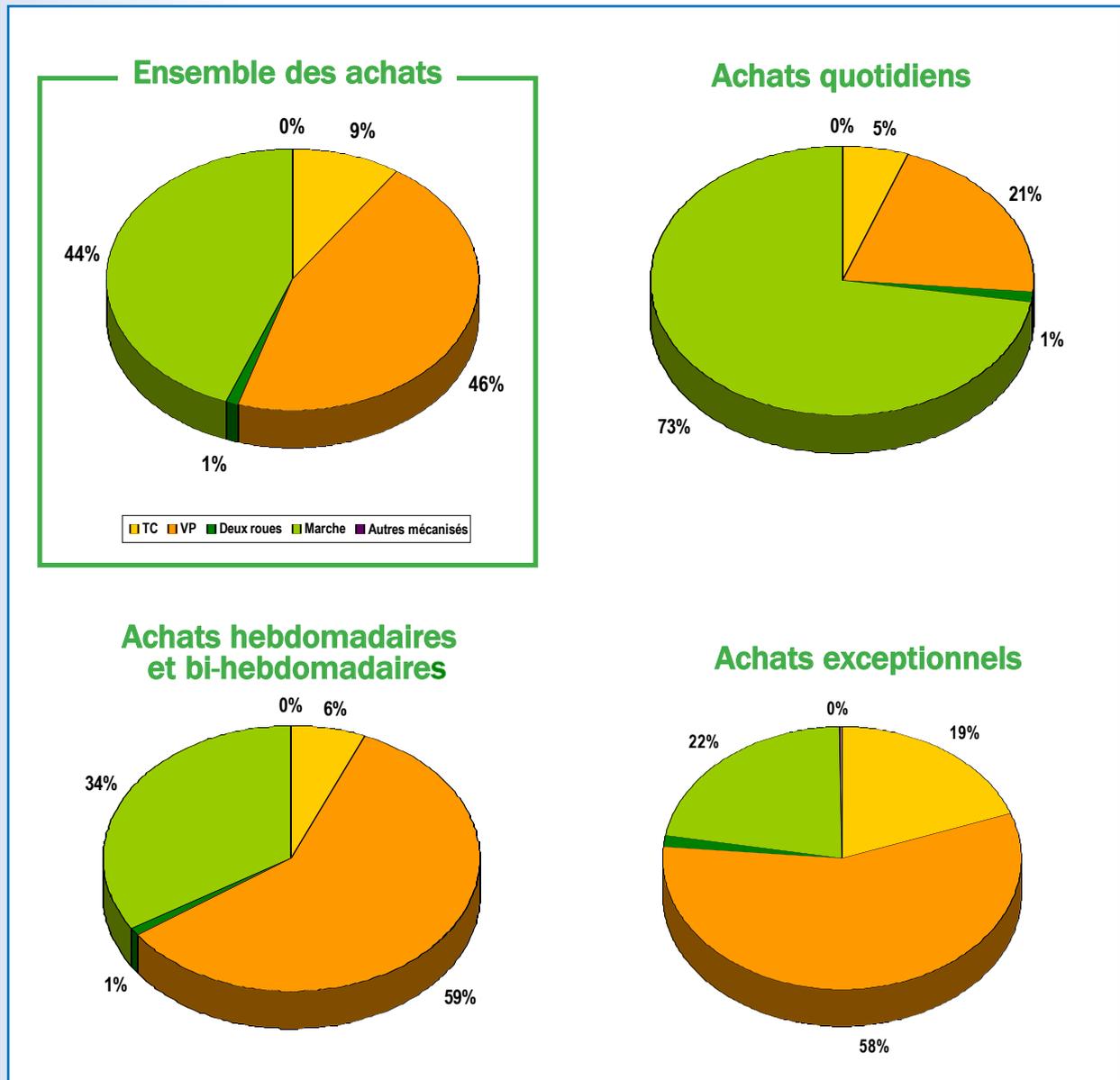


La voiture et la marche sont utilisées dans 90 % des déplacements

La voiture et la marche sont les modes les plus utilisés dans les déplacements pour achats : sur une semaine complète 45 % de ces déplacements se font en voiture et 44 % à pieds. Moins d'un déplacement pour achats sur dix se fait en transports en commun.

Près de trois déplacements pour achats quotidiens sur quatre (72 %) se font à pied, un sur cinq s'effectuant quand même en voiture (21 %). La voiture est en revanche majoritaire sur les achats hebdomadaires ou bi-hebdomadaires (59 %), la marche ne concernant plus alors qu'un tiers (34 %) de ces déplacements. La part de la voiture dans les déplacements pour achats

exceptionnels est similaire à celle observée sur les achats hebdomadaires ou bi-hebdomadaires (57%) mais celle de la marche est en net recul à 22 % tandis que celle des TC s'accroît à 19 %. Il s'agit vraisemblablement alors de déplacements vers Paris et ses magasins.



En termes d'évolution (sur les déplacements de semaine uniquement) on note des changements notables depuis 1976. De nombreux déplacements à pieds se sont reportés sur la voiture. En effet, de 2 millions de déplacements et 62 % de part de marché en 1976 on est passé, en 2001, à 1,5 millions de déplacements et 42 % de part de marché. Dans le même temps le nombre de déplacements automobiles a presque doublé (de 760 000 à 1,4 millions) et leur part s'est accrue de près de 20 points (de 23 % à 42 %). Tandis que sur cette même période la part des TC restait stable (de 11,1 % à 10,5 %).

Le nombre de déplacements en deux roues, déjà marginal en 1976 dans les déplacements pour achats (y compris pour les achats quotidiens), a fortement baissé puisqu'en 2001 il est trois fois plus faible (de 115 000 à 38 000).

On remarquera par ailleurs que, comme sur l'ensemble des déplacements, on utilise davantage la voiture le samedi et le dimanche qu'en semaine pour aller faire ses achats*.

* Voir "Les déplacements de fin de semaine", cahier de l'EGT, Christine COUDERC, Jérôme COUREL, Alain MEYERE, à paraître.

Habiter plus loin, c'est acheter plus loin*

En moyenne les déplacements pour achats quotidiens font 1,5 km. Ceux pour achats hebdomadaires ou bi-hebdomadaires sont deux fois plus longs (3 km) et ceux pour achats exceptionnels trois fois plus longs (4,5 km).

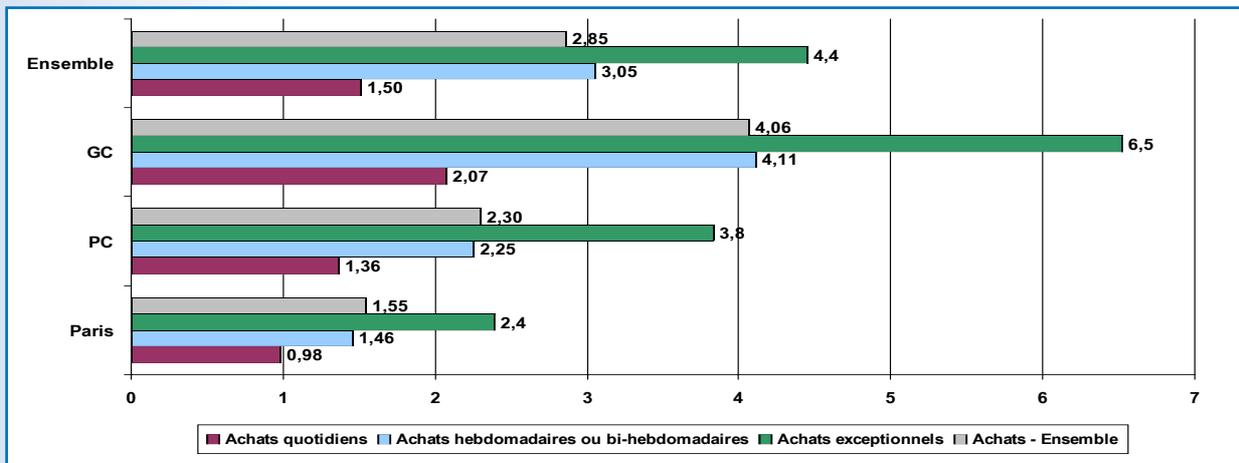
Pour les déplacements pour achats quotidiens et hebdomadaires ou bi-hebdomadaires la portée moyenne est relativement stable depuis 1983. En revanche, la

portée moyenne des déplacements pour achats exceptionnels a fortement progressé passant de 3,7 km en 1983 à 4,5 en 2001.

Logiquement, plus on s'éloigne du centre de l'agglomération, plus les distances parcourues s'accroissent : à Paris on fait entre 1 km (pour les achats quotidiens) et 2,4 km (pour les achats exceptionnels) tandis qu'en Grande Couronne ces valeurs sont respectivement de 2,1 et 6,5 km.

* Seuls les déplacements de semaine (du lundi au vendredi) sont ici considérés, l'information sur les distances de déplacement n'étant pas disponible pour les jours de fin de semaine (samedi et dimanche).

Distances moyennes des déplacements pour achats selon la périodicité et la couronne de résidence

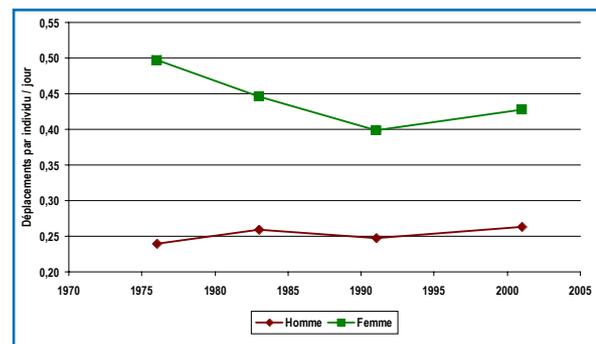


Moins de déplacements pour achats, mais toujours plus de femmes que d'hommes*

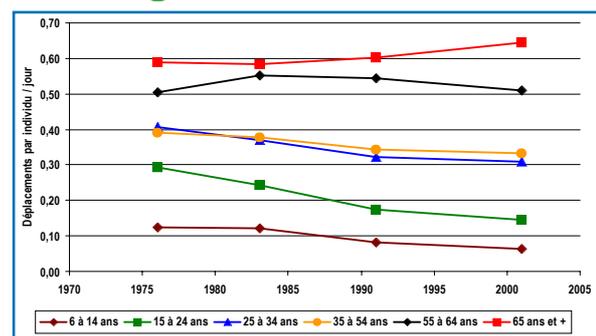
La mobilité (nombre de déplacements par jour et par personne) pour achats des hommes est constante depuis 1976. A l'inverse celle des femmes a fortement baissé entre 1976 et 1991 puis s'est légèrement accrue entre 1991 et 2001. Mais, aujourd'hui, les femmes font toujours plus de déplacements pour achats que les hommes (près de 60% de déplacements en plus).

La mobilité pour achats a fortement baissé dans toutes les classes d'âges à l'exception des plus âgés. Elle est restée stable pour les 55-64 ans et elle a progressé pour les 65 ans et plus. Plus on est âgé plus on effectue de déplacements pour achats.

Évolution de la mobilité pour achats selon le sexe



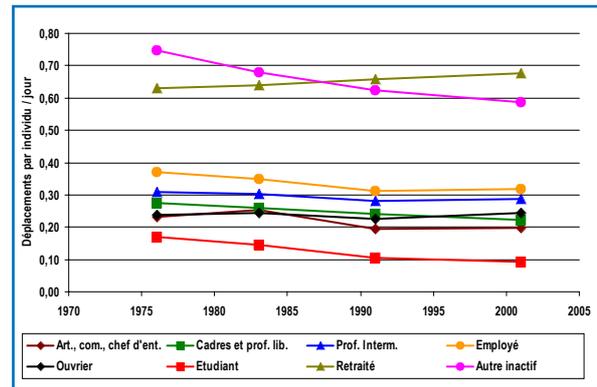
Évolution de la mobilité pour achats selon l'âge



* Voir "L'impact des modes de vie sur les déplacements", cahier de l'EGT n°4, avril 2005, Jérôme COUREL, Alain MEYERE, Dany NGUYEN-LUONG.

La mobilité pour achats tend à baisser légèrement ou à rester stable pour la majorité des catégories sociales. Elle a toutefois fortement baissé chez les "autres inactifs" (principalement des femmes au foyer) et chez les étudiants. A l'inverse elle a fortement augmenté chez les retraités. Les plus mobiles en matière de déplacements pour achats sont les inactifs (retraités et "autres inactifs") à l'exception des étudiants qui sont les moins mobiles de tous. Entre ces deux extrêmes on trouve les différentes classes d'actifs. La hiérarchie sociale semble d'ailleurs ne pas influencer cette mobilité, ce serait plutôt le caractère féminin ou, au contraire, masculin des professions qui expliquerait les écarts (les employés sont les plus mobiles, les artisans, commerçants et chefs d'entreprises sont les moins mobiles).

Évolution de la mobilité pour achats selon la catégorie sociale



Approche géographique des déplacements pour achats

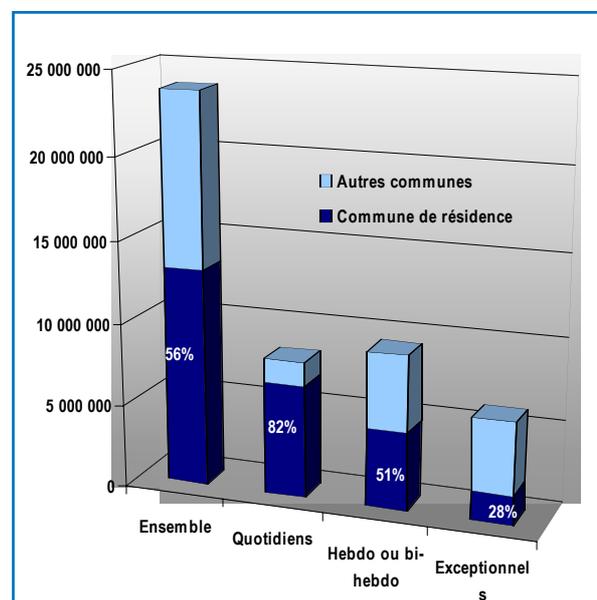
Plus de la moitié des déplacements pour achats dans la commune de résidence

Plus de la moitié (56 %) des déplacements pour achats se fait à l'intérieur de la commune de résidence. Cette proportion est un peu plus élevée pour les déplacements de semaine (58 %) que pour ceux de fin de semaine (50 %). Dans le cas des achats quotidiens cette proportion s'élève à 82 %.

De même, on se déplace plus volontiers à l'extérieur de sa commune lorsque le déplacement concerne un achat hebdomadaire ou bi-hebdomadaire (une fois sur deux) ou exceptionnel (près de deux fois sur trois) dès lors que ceux-ci se déroulent en fin de semaine.

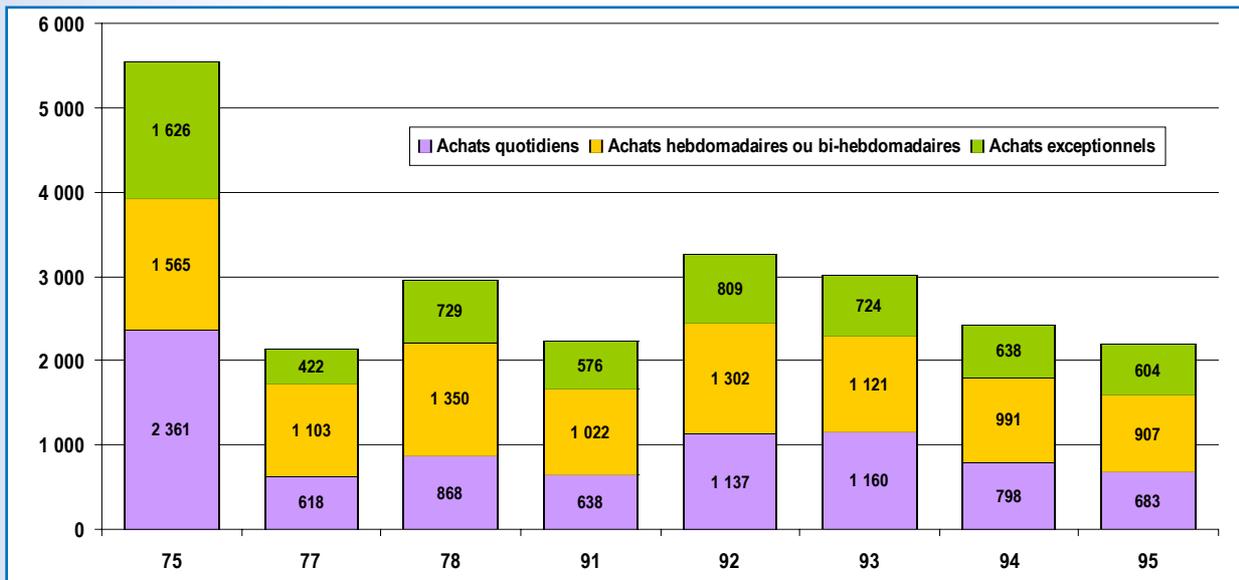
Sur les seuls déplacements de semaine, le volume de déplacements intra-communaux a diminué entre 1976 et 1991 de 17 %. Il s'est ensuite stabilisé avec une légère tendance à la hausse sur la période suivante (+ 1,3 % entre 1991 et 2001).

Part des déplacements pour achats à destination de la commune de résidence



Les parisiens plus mobiles pour les achats que les autres Franciliens

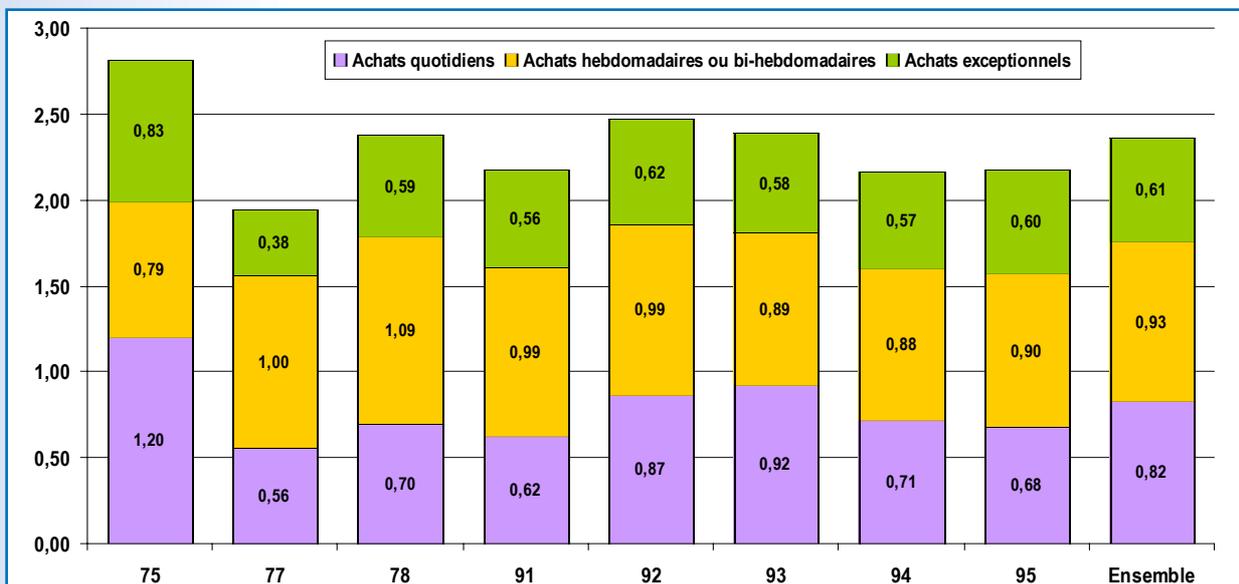
Volumes de déplacements (en milliers) pour achats par semaine selon le département



Les parisiens sont les plus mobiles en matière d'achats (2,8 déplacements par semaine en moyenne). Viennent ensuite les habitants des Hauts de Seine (2,5) puis ceux des Yvelines et de Seine Saint Denis (2,4). Les habitants de l'Essonne, du Val de Marne et du Val d'Oise ont une mobilité similaire en matière d'achats (2,2). Enfin, les habitants de Seine et Marne sont les moins mobiles (1,9).

Les parisiens effectuent surtout des déplacements pour achats quotidiens alors qu'en banlieue, et surtout en Grande Couronne, ce sont les achats hebdomadaires ou bi-hebdomadaires qui prédominent.

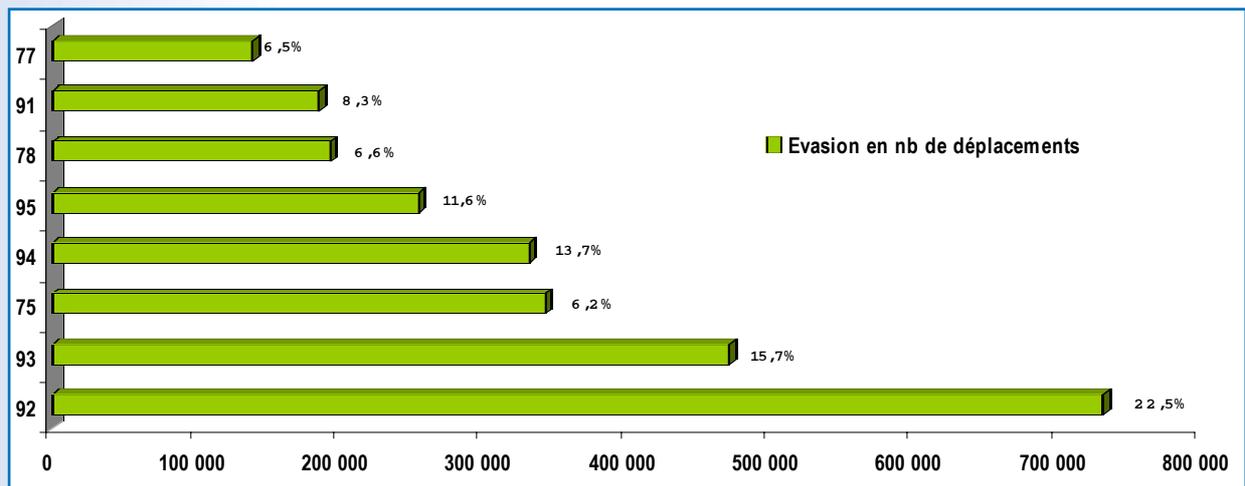
Mobilité moyenne pour achats par semaine selon le département



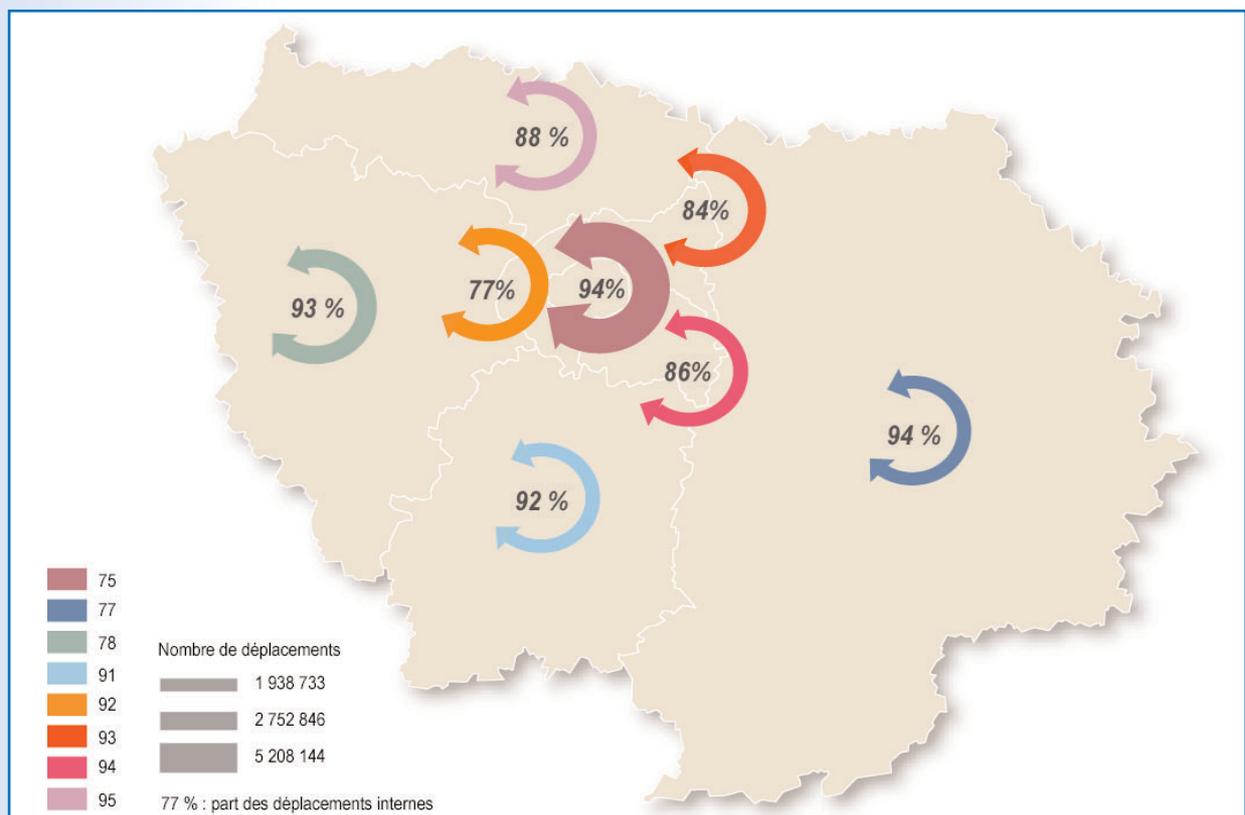
Entre 78 % et 94 % des déplacements pour achats ont pour destination un lieu d'achats situé dans le département de résidence de la personne interrogée. Plus la périodicité de l'achat est faible plus l'évasion commerciale (nombre de déplacements pour achats effectués à l'extérieur du département de résidence) est élevée. Cette évasion est, par ailleurs, sensiblement plus

élevée dans les Hauts de Seine (22,4 % des déplacements) et en Seine Saint Denis (15,5 %). Elle est en revanche plus faible dans les départements de Grande Couronne, notamment en Seine et Marne et dans l'Essonne.

Déplacements pour achats effectués à l'extérieur du département



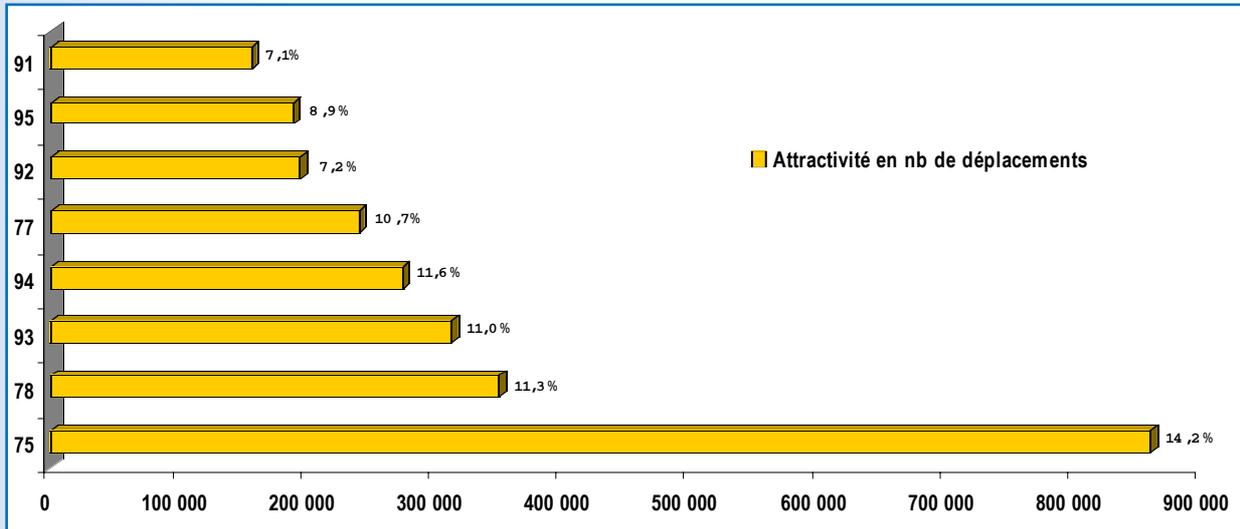
Les déplacements effectués par les résidents d'un département vers un lieu d'achat de leur département



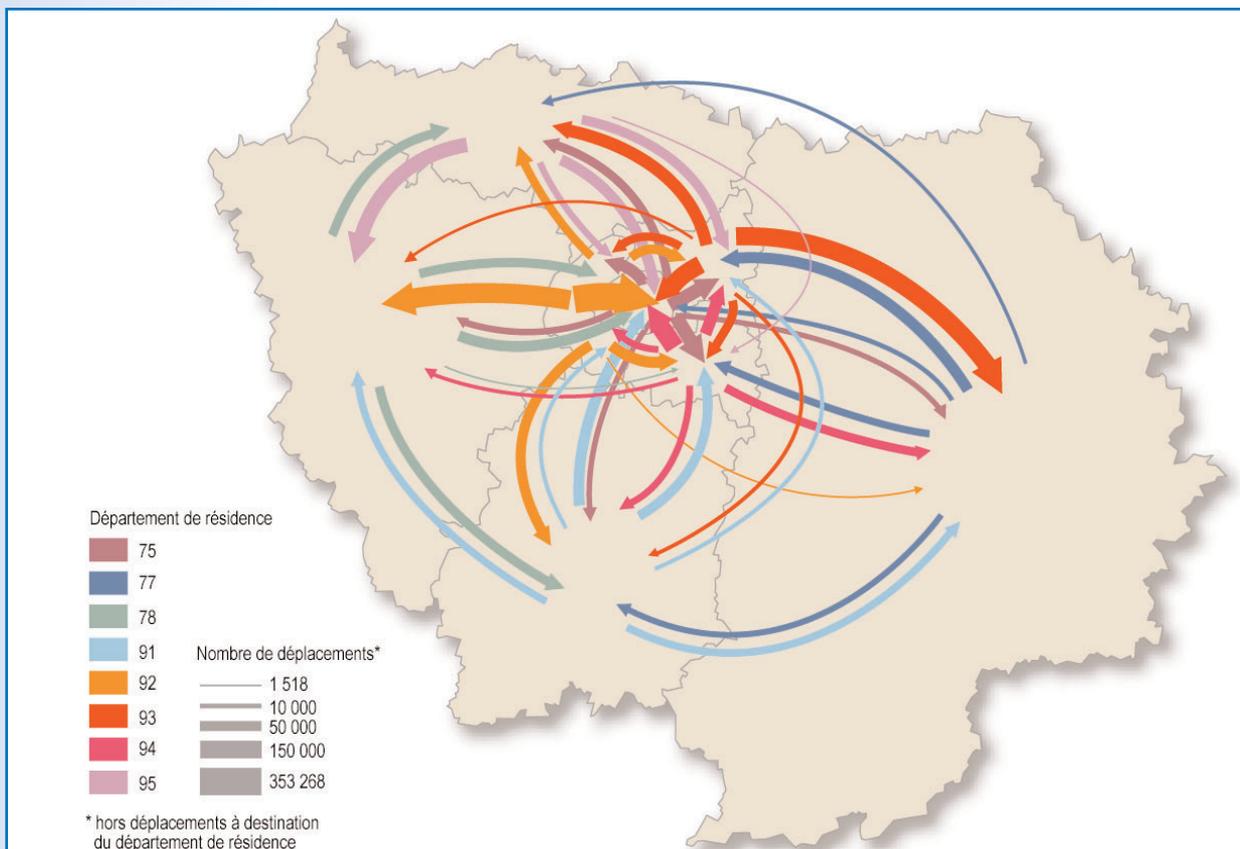
Avec 860 000 déplacements réalisés par des ménages n'habitant pas Paris, celui-ci est de loin le département le plus attractifs pour les achats. Le département des Yvelines arrive en seconde position du fait de l'attrac-

tivité exercée sur ses deux voisins : les Hauts de Seine et le Val d'Oise. En termes de part des déplacements totaux les Hauts de Seine et l'Essonne attirent relativement peu de ménages extérieurs à ces deux départements.

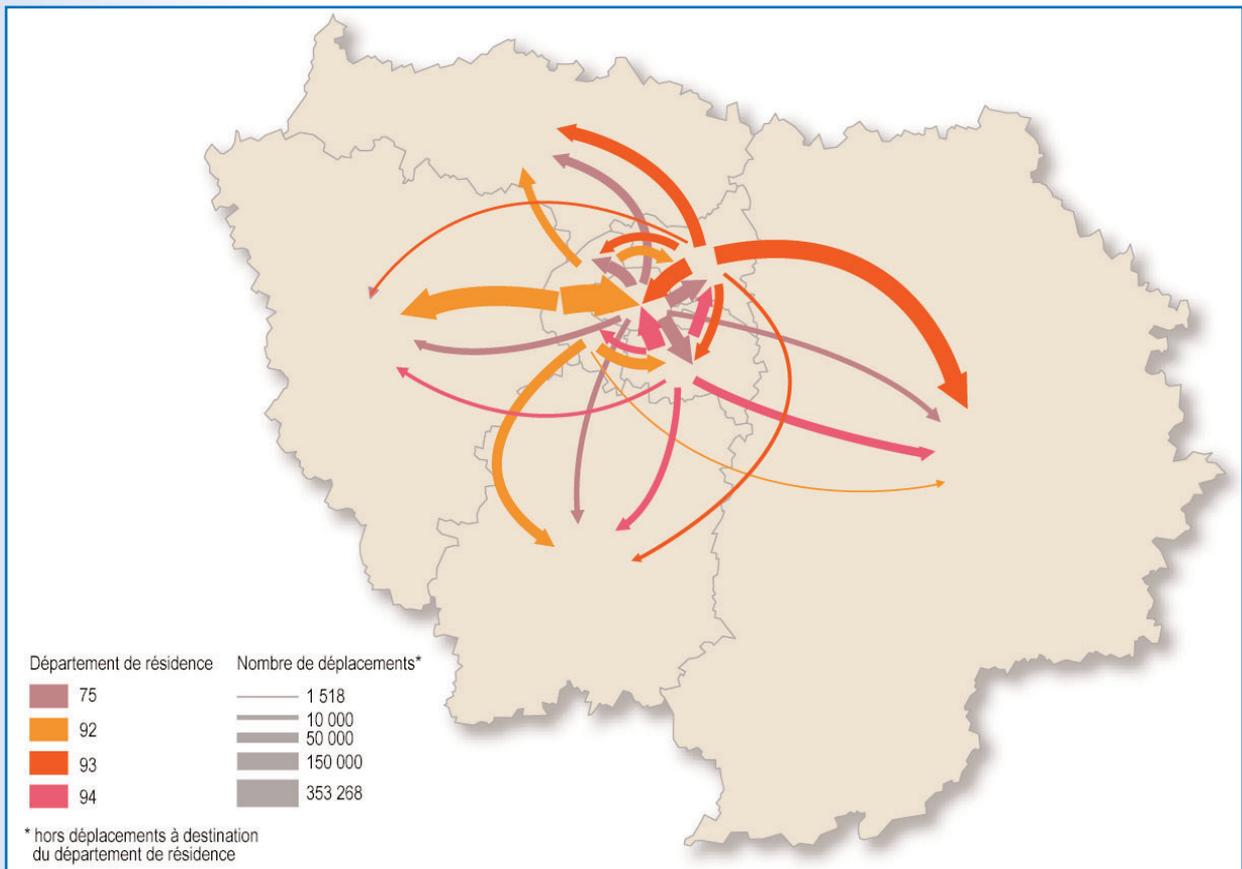
Déplacements pour achats effectués par des ménages non résidents du département



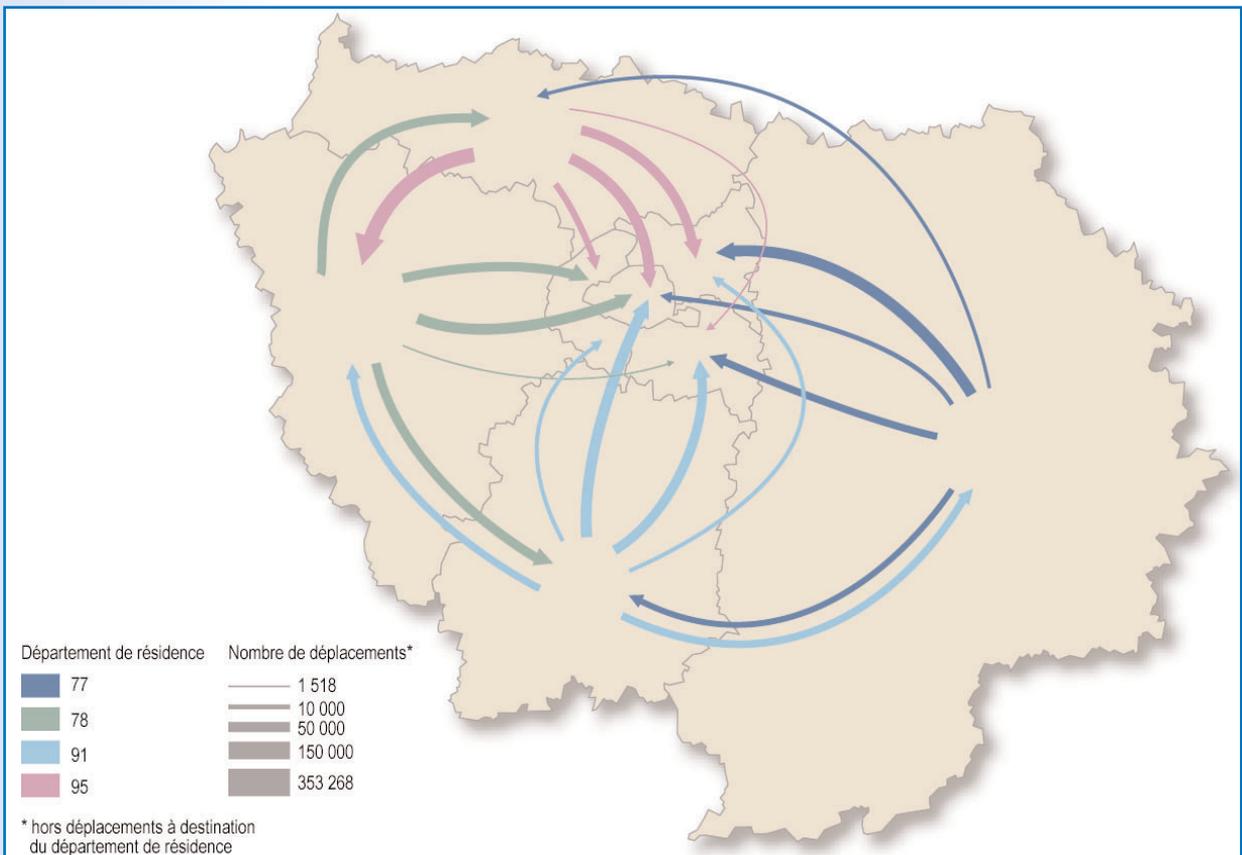
Lieux d'achats des Franciliens



Lieux d'achats des Franciliens résidents en petite couronne



Lieux d'achats des Franciliens résidents en grande couronne



Conclusion

Le consommateur évolue, sa manière de consommer également :

- Les femmes se déplacent toujours beaucoup plus pour les achats que les hommes, mais leur mobilité a beaucoup diminué ;
- On note une forte mobilité pour achats des plus âgés, celle des plus de 65 ans augmentant sensiblement ;
- Les Franciliens se déplacent moins souvent pour leur achats qu'avant (les achats hebdomadaires ou bi-hebdomadaires dépassent les achats quotidiens), parallèlement ils fréquentent une gamme très large de catégories de magasins :
 - davantage les petits commerces pour les achats quotidiens,
 - majoritairement les grandes surfaces (le supermarché dépasse l'hypermarché) pour les achats hebdo et bi-hebdo,
- Les déplacements se font encore majoritairement à partir du domicile, mais ils se font de plus en plus dans une chaîne de déplacements.

Malgré la grande mobilité des Franciliens, la consommation à proximité de son domicile tient une place importante :

- Plus de la moitié des déplacements pour achats se fait à l'intérieur de la commune de résidence et quatre sur cinq dans le département de résidence ;
- Conséquence probable du renouveau de l'attractivité des centres-villes, les déplacements intra-communaux se sont légèrement accrus entre 1991 et 2001.

On note des différences entre départements en matière de mobilité pour achats, de modes de consommation et de capacité des départements à retenir leur résidents :

- Les Parisiens sont les plus mobiles, les Seine-et-Marnais le sont moins.

Numéros déjà édités :

- 1 - *L'impact des changements démographiques sur la mobilité régionale* - Carine Burricand, Myreille Resplandy - INSEE
- 2 - *Le profil des déplacements journaliers en transport en commun et voiture particulière*
Jéelle Deyfus - RATP
- 3 - *Répartition géographique des déplacements*
Nguyen-Luong - IAURIF
- 4 - *L'impact des modes de vie sur les déplacements*
Jérémy Courel, Alain Meyere, Dany Nguyen-Luong - IAURIF
- 5 - *Les déplacements en transports collectifs en Ile-de-France*
Serge Bernard, Laurence Debrincat, Thierry Siméon - STIF
- 6 - *Motorisation et usage de l'automobile en Ile-de-France*
François Bertrand - DREIF

- Les habitants de petite couronne et surtout les Parisiens effectuent davantage de déplacements pour achats quotidiens que les habitants de grande couronne ;
- L'évasion commerciale est sensiblement plus élevée dans les Hauts-de-Seine et en Seine-St-Denis et nettement plus faible dans les départements de seconde couronne ;
- Paris et les Yvelines sont les deux départements les plus attractifs pour les achats ;
- Les déplacements les plus significatifs hors du département de résidence se concentrent vers les grands centres commerciaux régionaux pour la banlieue, ils sont davantage dispersés vers Paris.

Les Cahiers de l'Enquête Globale de Transport ont comme objectif de diffuser les études menées par les partenaires de cette enquête sous une forme accessible à tous. Chaque étude conserve l'identité propre de son auteur. Il s'agit de contribuer à l'amélioration de nos connaissances et de nos réflexions sur la mobilité des Franciliens, en exploitant dans le détail cette enquête et en confrontant différentes approches.

L'Enquête Globale de Transport est une enquête réalisée de manière continue depuis 25 ans. Son principe est d'interroger tous les membres d'un même ménage sur les déplacements qu'ils ont effectué pendant un jour (la semaine et le week-end). Elle renseigne sur les caractéristiques des individus et sur leur comportement de mobilité (nombre de déplacements, motifs, modes de transport, etc...). Sa dernière édition date de 2001 - 2002, ce qui permet d'avoir une photographie récente de la région.

Partenaires de l'Enquête Globale de Transport :

Direction Régionale de l'Équipement d'Ile-de-France, Région Ile-de-France, Ville de Paris, Syndicat des Transports d'Ile-de-France, RATP, SNCF, Direction régionale de l'INSEE Ile-de-France, Cofiroute, Institut d'Aménagement et d'Urbanisme de la Région Ile-de-France

Comité de rédaction :

Christine Couderc, François Bertrand, (DREIF) ;
Jean-Raymond Fradin (Région Ile-de-France) ;
Virginie Cabaret, François Prochasson, Erwan Segalou (Ville de Paris) ;
Laurence Debrincat, Serge Bernard (STIF) ;
Nathalie Arts, Joëlle Dreyfus (RATP) ;
Vincent Dedecker, Eric Thomas (SNCF) ;
Laurence Jaluzot (DR-INSEE) ;
Jean Delons, Melvin Gaillac (Cofiroute) ;
Jérémy Courel, Alain Meyère, Dany Nguyen-Luong (IAURIF).

Maquette, mise en page : Gilbert Caviglioli (DREIF-DIT-AEGE)

Édition et diffusion : DREIF

Ce cahier est disponible dans la rubrique "Enquête Globale de Transports"

<http://www.ile-de-france.equipement.gouv.fr>